

Medij. istraž. (god. 12, br. 1) 2006. (157-159)

## Prilozi

### Hina – Opći podaci

Hrvatska izvještajna novinska agencija s dvadesetak općih i specijaliziranih servisa, emitira svaki dan na hrvatskome i engleskome jeziku oko 400 naslova s više od 150.000 riječi. Tijekom 24 sata njezine vijesti prima oko 500 korisnika u zemlji i svijetu. Pruža i multimedijske usluge, ima vlastiti fotoservis (FaH) i elektroničku bazu podataka (EVA) s oko milijun i 5 tisuća dokumenata. Ukupno ima 159 stalno zaposlenih – od toga 130 novinara i urednika. Povremeno za Hinu izvještava još šezdesetak vanjskih suradnika – dopisnika iz zemlje i svijeta.

Utemeljena je Zakonom o Hini 26. srpnja 1990. u Zagrebu, a prvu je vijest emitirala 17. kolovoza iste godine. U studenome 2001. Hrvatski sabor prihvatio je novi zakon o Hini, kojim je preustrojena iz državne ustanove u samostalnu javnu ustanovu i neovisni javni medij. Novi je Zakon o Hini (Narodne novine 96./01.) zajamčio uređivačku, upravljačku i ekonomsko-financijsku samostalnost Hine, što je podrobnije razrađeno u Statutu Hine.

### Profesionalni standardi izvještavanja

1. Izvještavanje Hine treba biti nepristrano, točno i dovoljno brzo.
2. Pokriti događaj ili pisati o temi ili pojavi za agencijskog novinara znači opisati najvažnije činjenice.
3. Standardna agencijska vijest sadržava opis događaja u 100 (kratka) do 300 riječi (proširena). Ostale agencijske informacije (agencijske vijesti u širem smislu) u pravilu ne prelaze 500 riječi.
4. Podatke uporabljene u vijesti mora se provjeriti, usporedbom s drugim izvorom, pa i s više izvora, ako se ne radi o očitim činjenicama.
5. Vijest se oblikuje prema modelu obrnute piramide: najnovije i najvažnije činjenice imaju prednost. Vijest počinje leadom, slijede pojedini odlomci poredani u tijelu vijesti prema redoslijedu aktualnosti i važnosti podataka.
6. Vijest sadržava jasno naznačen izvor. Neimenovani (anonimni) izvor se koristi samo ako je to novinarski opravdano. Izvor se u pravilu navodi u leadu.
7. Standardni naslov vijesti ne prelazi 60 znakova i ističe bitni sadržaj vijesti.
8. Standardni lead ne prelazi 30 do 40 riječi. Umetnutim rečenicama ili citatima u izravnom govoru nema mjesta u leadu.
9. Odlomci u tijelu agencijske informacije ne bi trebali biti duži od 50 do 60 riječi (pet do šest redaka). Ako je odlomak duži od tridesetak riječi (tri retka), mora biti u najmanje dvije rečenice.

10. Vijesti i druge agencijske informacije pišu se jasnim, razumljivim i standardnim hrvatskim jezikom.
11. Uz proturječne ili konfliktne informacije treba obvezno objaviti i reakciju druge strane, odnosno učiniti sve što je potrebno kako bi se u razumnom vremenu izvjestilo o različitim vidovima događaja. Samo takvo izvještavanje može se smatrati potpunim.
12. Vrijednosne sudove koji se prenose u vijesti treba jasno pripisati njihovu izvoru ili okruženju. Citat sugovornika (izvora) koji se koristi u agencijskom izvještaju (ili vijesti) treba od novinarskog dijela teksta izdvojiti u posebnom odlomku.
13. Uporabu pridjeva izvan citata u tekstu izvještaja/vijesti (u novinarskim dijelovima teksta) treba izbjegavati. Pogrdne ili previše pohvalne kvalifikacije osoba, pojava ili događaja treba isključiti.
14. Kada se u izvještaju koriste prevedeni izvodi iz dokumenata na stranim jezicima, bit će korisno istaknuti da je riječ o neslužbenom prijevodu agencije (u zagradi).
15. Prije svakoga važnijeg događaja pripremaju se i emitiraju najavni agencijski tekstovi koji sadržavaju informacije o predviđenom tijeku zbivanja i osvjetljavaju njegovo značenje.
16. Neposredno nakon važnijeg događaja, koji se pratio s više vijesti, emitiraju se sinteze (zaključni tekst ili sažetak). Sintezu čini izbor najvažnijih informacija iz svih već emitiranih vijesti o tom događaju oblikovanih prema modelu obrnute piramide.
17. Uz glavnu vijest kojom se prati tijek nekoga aktualnog događaja, pripremaju se i emitiraju popratne informacije koje služe kao podsjetnik, razjašnjavaju kontekst ili pozadinu događaja. To mogu biti glavne točke ili naglasci iz govora ili dokumenta, tehnički podaci (uključujući i objašnjenja o pravilima parlamentarnog, sudskog ili drugog postupka), životopisi, kronologije ili "filmovi" događaja, okviri, crtice, ankete i ispitivanja javnog mnijenja, pregledi tiska i sl. Toj vrsti agencijskih informacija pripadaju i tematski tekstovi ("teme"), uključujući i reportaže, koji objašnjavaju aktualne društvene procese ili događaje, prikazuju sadržaje novih zakona, interpretiraju statističke podatke i sl.
18. Rezultati ispitivanja javnog mnijenja objavljuju se uz obvezno navođenje: imena ustanove koja je obavila ispitivanje, imena naručitelja ankete, broja ispitanika (reprezentativnost uzorka), načina na koji je ispitivanje provedeno (klasični ili telefonski) i vremena kada je ispitivanje provedeno.
19. Urednik u desku, odnosno drugi ovlašteni urednik, provjerava prije emitiranja vijesti odgovara li ona profesionalnim standardima, osobito ima li vijest ispravno naveden izvor i potrebnu jasnoću. Svako sadržajno preinačavanje osnovne vijesti novinara mora se provesti u dogovoru s autorom ili urednikom odgovarajuće redakcije. Napomene o izvoru u načelu su nedodirljive i mogu se mijenjati jedino u dogovoru s autorom.
20. Urednik u desku, odnosno drugi ovlašteni urednik, treba prije emitiranja točno odrediti u kojim servisima/ili dijelovima servisa se vijesti objavljuju.

21. Urednik u desku, odnosno drugi ovlašteni urednik, treba prije emitiranja provjeriti i prema potrebi odrediti kategorije u skladu s oznakama za bazu Eva (standardima IPTC-a) i ključne riječi svake vijesti.
22. Urednik u desku ili drugi ovlašteni urednik treba prije emitiranja vijesti provjeriti i prema potrebi unijeti na kraju teksta točne inicijale autora i dodati svoje inicijale.